**3383 (95)**

**Виды инфобизнеса, что выбрать инфобизнесмену-новичку?**

Не боги обжигают горшки – говорит себе человек и собирается уйти из оффлайна в онлайн. Перед этим он пропускает через себя тонны бесплатных и платных инфокурсов и решает – да тут все просто, а главное, можно начать с полного нуля. Через какое-то время, обычно, когда заканчиваются деньги, задор и терпение, человек возвращается к своей оффлайновой работе и каждому знакомому говорит – инфобизнес, пробовали, фигня. Почему так происходит? Потому что, выбирая свой **вид инфобизнеса**, новичок не рассчитал свои же силы.

Давайте проясним ситуацию сразу. **Видов инфобизнеса** много. В каждом из них можно не просто подработать, но и сколотить небольшой (или большой) капитал. В инфобизнесе действительно можно начать практически с полного нуля (пока), но не вкладывать абсолютно ничего не получится! Формула проста – чем больше вы вкладываете денег, тем меньше тратите времени. Эта же формула справедлива и в обратном порядке – чем меньше у вас денег, тем больше требуется вкладывать времени. Проиллюстрируем на самых распространенных видах инфобизнеса.

**Продажа собственного инфопродукта**. Это Дао! Путь, которым можно идти всю жизнь и не прийти к результату. А для тех, кто хочет добиться конкретных целей, есть простой алгоритм.

1. Выбор ниши.
2. Создание платной части инфопродкта.
3. Создание бесплатных частей инфопродукта.
4. Создание своего блога (сайта, а также продающих и подписных страниц, настройка платежной системы).
5. Продвижение инфопродукта и продажи.
6. Постпродажное обслуживание клиентов.

Понятно, что финансовые вливания способны значительно ускорить работу над собственным инфопродуктом. можно нанять копирайтеров, дизайнеров и веб-дизайнеров, контент и клиент-менеджеров, а самому только устанавливать дедлайны и следить за четкостью воплощения ваших планов. К сожалению, у большинства наших инфобизнесменов средств на все не хватает, поэтому, приходится выбирать, что отдавать на аутсорс, а что осваивать самому. Часто, этот выбор обуславливает дальнейшую карьеру инфобизнесмена (ведь выучить все невозможно).

**Продажа партнерских инфопродуктов (партнерские программы)**. Этот вид инфобизнеса как будто создан для инфобизнесменов-новичков. Во-первых, нет нужды доказывать свою экспертность (обычно партнерки предлагают уже состоявшиеся инфобизнесмены), то есть, можно просто «греться в лучах чужой славы». Во-вторых, можно участвовать в партнерской программе не имея ни собственного сайта, ни базы подписчиков. Для продвижения партнерского инфопродукта достаточно активности в социальных медиа, а также на статейных сервисах.

Такое продвижение требует почти постоянного присутствия в сети, отнимая много времени, но результат, почти всегда, стоит затраченных усилий. Главное – правильно выбрать партнерскую программу (проанализировать ее ценность для клиентов, продаваемость, четкость и прозрачность выплат).

**Продажа вебинаров**. Еще один **вид инфобизнеса**, в котором можно стать успешным без очень серьезных финансовых вливаний. Вебинар – это онлайн-семинар, на котором, вы делитесь с участниками своим опытом в преодолении тех или иных проблем. Для того, чтобы места на ваши вебинары покупали необходимо:

- обладать глубокими знаниями в какой-либо области;

- уметь говорить 1-2 часа перед довольно широкой аудиторией (которую правда не будет видно и слышно);

- арендовать комнату для проведения вебинаров (средняя цена - от 15 до 300 долларов в месяц);

- заниматься продвижением своих вебинаров (постоянно, ежедневно и много).

Есть еще множество видов инфобизнеса: продюсирование авторов, реселлинг, коучинг, … однако, все они требуют или очень громкого имени, или очень больших финансовых вливаний (в том числе, в собственный штат грамотных специалистов). Поэтому, рассчитайте свои силы, средства и подумайте до какого предела вы готовы дойти, чтобы, через несколько лет, уже за вашими инфопродуктами стояла очередь из покупателей и партнеров.

**Успехов!**